

**PENERAPAN STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM PROMOSI PARIWISATA HALAL PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH**

**Anisatul Jannah<sup>1</sup>, Nanda Alfiyah<sup>2</sup>, Alfina Rahmadaniar<sup>3</sup>,  
Hawa Gazani<sup>4</sup>, Muhammad Ersya Faraby<sup>5</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura

[220721100086@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100086@student.trunojoyo.ac.id), [220721100202@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100202@student.trunojoyo.ac.id),

[220721100047@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100047@student.trunojoyo.ac.id), [hawa.gazani@trunojoyo.ac.id](mailto:hawa.gazani@trunojoyo.ac.id),

[ersya.faraby@trunojoyo.ac.id](mailto:ersya.faraby@trunojoyo.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi digital marketing dalam promosi pariwisata halal ditinjau dari perspektif maqashid syariah. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi pustaka, penelitian ini mengkaji berbagai literatur terkait digital marketing, pariwisata halal, serta prinsip-prinsip maqashid syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing—meliputi SEO, content marketing, social media marketing, email marketing, affiliate marketing, dan influencer marketing—berperan signifikan dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata halal serta membangun kepercayaan wisatawan Muslim. Dari perspektif maqashid syariah, strategi promosi digital yang diterapkan mampu menjaga lima tujuan utama syariah, yaitu hifz al-din (agama), hifz al-nafs (jiwa), hifz al-‘aql (akal), hifz al-nasl (keturunan), dan hifz al-mal (harta). Promosi digital tidak hanya berorientasi pada peningkatan nilai ekonomi, tetapi juga memastikan kemaslahatan spiritual dan sosial melalui informasi yang jujur, aman, edukatif, ramah keluarga, serta transparan secara finansial. Dengan demikian, integrasi digital marketing dan maqashid syariah mampu menciptakan promosi pariwisata halal yang etis, berkelanjutan, dan berdaya saing di era digital.

Kata Kunci : digital marketing, pariwisata halal, maqashid syariah, promosi, strategi pemasaran.

**PENDAHULUAN**

Di era globalisasi dan perkembangan pesat industri pariwisata, *digital marketing* menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan dan meningkatkan daya saing industri

pariwisata halal. Di Indonesia, pariwisata halal dikembangkan menjadi program nasional oleh Kementerian Pariwisata. Untuk mempercepat pariwisata halal, Kementerian Pariwisata telah menetapkan 15 provinsi yang menjadi fokus pengembangan destinasi wisata Muslim terkemuka<sup>1</sup>. Ke 15 provinsi diberikan otonomi oleh kementerian pariwisata untuk mengelola potensi wisata di daerah masing-masing. Dengan memberikan otonomi oleh kementerian pariwisata diharapkan masing-masing provinsi yang ditunjuk dapat mengembangkan potensi wisata halal mereka sendiri untuk menjadi unggul dan menjadi tujuan favorit untuk pariwisata halal.

Pariwisata halal berkembang cukup pesat di Indonesia yang mempunyai umat Muslim terbesar di dunia. Pariwisata halal didefinisikan sebagai setiap objek atau tindakan wisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam untuk digunakan atau dilakukan oleh umat Islam dalam industri pariwisata<sup>2</sup>. Definisi tersebut menganggap hukum Islam sebagai dasar untuk memberikan produk dan layanan pariwisata kepada pelanggan sasaran yang terutama Muslim, seperti hotel Halal, Resor Halal, restoran Halal, dan perjalanan Halal. Definisi tersebut mengklaim bahwa lokasi aktivitas tidak terbatas pada dunia Muslim. Oleh karena itu, ini mencakup layanan dan produk yang dirancang untuk pelancong Muslim di negara Muslim dan non-Muslim.

Dalam konteks ini, perspektif maqashid syariah merupakan tujuan utama dari syariat Islam yang berorientasi pada kemaslahatan manusia dengan menjaga lima aspek pokok, yaitu agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Konsep ini menjadi dasar yang kuat dalam memastikan bahwa pengembangan pariwisata halal tidak semata-mata berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, melainkan juga berupaya mencapai tujuan-tujuan fundamental yang lebih luas. Dalam implementasinya, pariwisata halal

---

<sup>1</sup> Hendry Ferdiansyah, "Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism," *Tornare* 2, no. 1 (2020): 30, <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25831>.

<sup>2</sup> Yustina Chrismardani' and Triana Setiyarini, *Strategi Digital Marketing Dengan Memaksimalkan Penggunaan Sosial Media Dalam Rangka Mendukung Pengembangan Desa Wisata Halal Madura* (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022).

menghadapi tantangan yang bersifat multidimensional. Upaya menjaga keseimbangan antara keadilan sosial, keberlanjutan ekonomi, serta pelestarian lingkungan menjadi aspek penting yang harus diperhatikan secara serius<sup>3</sup>.

Maqashid syariah dapat menjadi pedoman untuk menjaga agar layanan wisata tetap sejalan dengan nilai-nilai Islam, seperti memastikan produk yang ditawarkan halal, menjaga kenyamanan dan keselamatan wisatawan, serta mencegah praktik yang bertentangan dengan syariah. Oleh karena itu, setiap strategi digital marketing yang diterapkan perlu mempertimbangkan dimensi maqashid syariah agar tidak hanya efektif dalam menarik wisatawan, tetapi juga mampu menciptakan nilai tambah spiritual dan sosial bagi masyarakat<sup>4</sup>. Dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia, masih terdapat berbagai permasalahan yang perlu mendapat perhatian kurangnya standarisasi dan sertifikasi halal yang komprehensif menyebabkan kebingungan bagi pelaku usaha maupun wisatawan. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten dalam memahami prinsip syariah sekaligus memiliki keahlian di bidang pariwisata menjadi kendala dalam penerapannya. Persepsi negatif dan resistensi dari sebagian pihak yang menganggap pariwisata syariah sebagai bentuk eksklusivitas juga menghambat penerimaan masyarakat<sup>5</sup>.

Berdasarkan adanya permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji **penerapan strategi digital marketing dalam promosi pariwisata halal dan meninjau kesesuaiannya dengan perspektif *maqashid syariah***. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep digital marketing berbasis nilai Islam serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku industri pariwisata halal di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

---

<sup>3</sup> Andi Suhandi, "Strategi Fundraising Dan Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Pada Lembaga Filantropi Baznas Kabupaten Kuningan," *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2023): 44–55, <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>.

<sup>4</sup> Siska Lis Sulistiani, "Analisis Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia," *Law and Justice* 3, no. 2 (2019): 91–97, <https://doi.org/10.23917/laj.v3i2.7223>.

<sup>5</sup> Desvita Anggraini Noor and Michael Sitorus, "Peluang Dan Tantangan Administrasi" 2, no. March (2025).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menafsirkan fenomena penerapan strategi digital marketing dalam promosi pariwisata halal berdasarkan perspektif maqashid syariah. Pendekatan ini tidak berorientasi pada data numerik, tetapi pada pemahaman mendalam terhadap konsep, nilai, dan praktik yang relevan dengan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka (library research), karena seluruh data diperoleh dari sumber-sumber sekunder seperti jurnal ilmiah, buku, laporan, artikel akademik, dan dokumen resmi yang membahas topik digital marketing, pariwisata halal, serta maqashid syariah.

Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder, jurnal dan publikasi ilmiah terkait digital marketing dan pariwisata halal. Data pendukung diperoleh dari dokumen kebijakan Kementerian Pariwisata, fatwa DSN-MUI tentang pariwisata syariah, serta literatur mengenai maqashid syariah. Analisis dilakukan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan tahapan (1.) Reduksi data menyeleksi informasi penting dari sumber pustaka. (2.) Penyajian data yaitu mengelompokkan hasil kajian dalam bentuk narasi tematik. (3.) Penarikan kesimpulan yaitu menyusun interpretasi mengenai kesesuaian strategi digital marketing dengan prinsip maqashid syariah dalam industri pariwisata halal. Untuk menjaga keabsahan data, dilakukan triangulasi teori, yaitu membandingkan hasil temuan dengan teori dan penelitian terdahulu terkait digital marketing, maqashid syariah, serta implementasinya pada sektor pariwisata halal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penerapan Strategi Digital Marketing pada Pariwisata Halal**

Penerapan strategi digital marketing dalam pariwisata halal telah menjadi salah satu pendekatan yang sangat strategis untuk meningkatkan visibilitas destinasi dan menarik wisatawan Muslim baik domestik maupun internasional. Digital marketing merupakan pemasaran melalui media digital dalam menawarkan brand yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Digital marketing merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para target konsumen, selain itu digital marketing diartikan

sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, *e-marketing*, atau *e-commerce*<sup>6</sup>.

Digital marketing memungkinkan pelaku usaha pariwisata untuk menjangkau audiens lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan pemasaran konvensional, sekaligus menyampaikan pesan promosi secara lebih personal dan interaktif. Strategi digital marketing dalam pariwisata halal tidak bersifat tunggal, melainkan terdiri dari berbagai bentuk strategi berikut<sup>7</sup>:

a. *Search Engine Optimization (SEO)*

Teknik optimasi mesin pencari (*Search Engine Optimization/SEO*) merupakan serangkaian strategi yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas sebuah website di halaman hasil pencarian (*Search Engine Results Pages/SERPs*)<sup>8</sup>. SEO membantu destinasi muncul di halaman pertama hasil pencarian Google ketika calon wisatawan mencari informasi tentang wisata halal, sedangkan iklan digital memungkinkan promosi lebih tepat sasaran dengan penentuan demografi, minat, dan lokasi audiens. Website resmi destinasi tidak hanya menyajikan informasi lengkap tentang fasilitas dan paket wisata halal, tetapi juga menyediakan sistem reservasi online, peta interaktif, dan informasi transportasi, sehingga memudahkan perencanaan perjalanan secara mandiri.

b. *Content Marketing*

*Content marketing* merupakan bentuk pemasaran dalam hal pembuatan teks, audio, dan video yang berisikan topik yang menarik perhatian konsumen yang berhubungan dengan merek (*brand*) perusahaan sehingga konsumen tertarik untuk melihat dan membacanya, bahkan membagikannya kepada calon konsumen lainnya<sup>9</sup>. Content marketing bertujuan

---

<sup>6</sup> Abdul Rauf et al., *Digital Marketing* (cirebon: Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati, 2021).

<sup>7</sup> Wiwik Agustina et al., *Strategi Digital Marketing: Teknologi, Media Sosial Dan Pemasaran* (sumatera barat: Azzia Karya Bersama, 2025).

<sup>8</sup> Desta Sulaesih Mursyidah et al., *Memahami Konsep Dan Strategi DIGITAL MARKETING* (bandung: widina media utama, 2025).

<sup>9</sup> Teguh Setiawan Wibowo, *Strategi Konten Marketing: Membuat Konten Yang Menarik Dan Relevan*

untuk menarik dan mempertahankan audiens melalui konten berkualitas. Konten yang dibuat biasanya menekankan aspek halal, seperti keberadaan fasilitas ibadah, sertifikasi halal pada makanan dan minuman, keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan Muslim, serta nilai-nilai budaya lokal yang sesuai syariah. Konten ini dapat berupa artikel blog, video, infografik, maupun foto destinasi yang menampilkan pengalaman wisata halal secara nyata dan menarik. Dengan strategi ini, calon wisatawan tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap destinasi yang dikunjungi.

c. *Sosial Media Marketing*

Memanfaatkan platform media sosial diantaranya seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook memungkinkan pelaku usaha untuk membangun interaksi langsung dengan audiens, memanfaatkan hashtag khusus seperti *#HalalTourism* atau *#WisataHalalIndonesia*, dan menghadirkan konten yang viral serta mudah dibagikan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan awareness, tetapi juga membangun citra destinasi sebagai ramah Muslim secara cepat dan efektif.

d. *Email Marketing*

Menggunakan email sebagai sarana komunikasi langsung dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan konversi. Email marketing merupakan salah satu strategi digital marketing yang memanfaatkan surel sebagai media komunikasi langsung dengan calon pelanggan atau wisatawan. Strategi ini memungkinkan pelaku pariwisata untuk menyampaikan informasi secara personal, terstruktur, dan relevan kepada audiens yang sudah tertarget.

e. *Affiliate Marketing*

Kerjasama dengan pihak ketiga digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa. Afiliasi menerima komisi atas setiap penjualan melalui tautan mereka. Ini adalah metode yang berguna untuk memperluas jangkauan pasar tanpa mengeluarkan biaya awal yang

---

(sumatera barat: Takaza Innovatix labs, 2024).

besar<sup>10</sup>.

f. *Influencer Marketing*

Kolaborasi dengan orang-orang yang memiliki pengaruh di media sosial digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa. Ini dapat membantu perusahaan membangun kepercayaan dan menjangkau audiens yang lebih luas.

### **Analisis Penerapan Digital Marketing dalam Perspektif Maqashid Syariah**

Pariwisata halal adalah konsep pariwisata yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Maqashid Syariah, yaitu tujuan-tujuan utama dari syariah Islam. Konsep ini mengintegrasikan prinsip-prinsip agama, etika, dan keberlanjutan dalam industri pariwisata. Implementasi Maqashid Syariah dalam pariwisata halal mencakup pemeliharaan agama (*Hifz al-Din*), pemeliharaan jiwa (*Hifzh al-Nafs*), pemeliharaan akal (*Hifzh al-Aql*), pemeliharaan keturunan (*Hifzh al-Nasl*), dan pemeliharaan harta benda (*Hifzh al-Mal*).

a. pemeliharaan agama (*Hifz al-Din*)

Menjaga agama berarti menjaga pikiran dan tindakan sesuai dengan perintah Allah. Serta melaksanakan ibadah dan memelihara akidah<sup>11</sup>. Strategi digital marketing fokus pada penyediaan informasi yang jelas dan akurat mengenai fasilitas ibadah, jadwal salat, kuliner halal, serta aktivitas wisata yang sesuai syariat Islam. Misalnya, situs web dan media sosial destinasi wisata halal secara konsisten menampilkan informasi tentang lokasi masjid, musholla, atau layanan khusus wanita, serta sertifikasi halal pada restoran dan hotel. Penerapan email marketing, media sosial, dan konten video edukatif turut membantu wisatawan merencanakan perjalanan tanpa mengurangi kewajiban ibadah mereka. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik destinasi bagi wisatawan Muslim, tetapi juga memastikan bahwa nilai-nilai agama tetap menjadi prioritas dalam setiap promosi,

---

<sup>10</sup> Senny Handayani Suarsa et al., *Pemasaran Digital* (jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025).

<sup>11</sup> Reva Rizki Amalia et al., "SOCIAL ENTERPRISE DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH : STUDI PADA PT KAMPUNG MARKETERINDO," *Realita*, 2021, 39–55.

sehingga digital marketing menjadi sarana yang mendukung praktik keagamaan secara nyaman dan aman.

b. Pemeliharaan Jiwa (*Hifzh al-Nafs*)

Pemeliharaan jiwa (*Hifzh al-Nafs*) menekankan pentingnya keamanan dan keselamatan bagi wisatawan<sup>12</sup>. Digital marketing berperan penting dalam menyampaikan informasi yang meningkatkan keamanan, kenyamanan, dan rasa percaya diri wisatawan. Penggunaan video, testimoni, ulasan pelanggan, dan konten media sosial yang menampilkan standar kebersihan, protokol kesehatan, serta layanan ramah keluarga atau wanita, secara langsung memengaruhi persepsi keamanan dan kenyamanan wisatawan. Dengan menunjukkan komitmen terhadap keselamatan dan kesejahteraan wisatawan, penyedia layanan dapat membangun citra positif dan loyalitas di kalangan wisatawan.

c. Pemeliharaan akal (*Hifzh al-Aql*)

Pemeliharaan akal ini bertujuan untuk melindungi akal dan pemikiran manusia<sup>13</sup>. Dalam strategi digital marketing digital marketing hal ini dapat diwujudkan dengan, menyediakan platform edukatif yang meningkatkan pemahaman wisatawan mengenai budaya lokal, norma keislaman, dan prinsip wisata halal. Konten blog, video, infografik, atau modul digital yang menampilkan panduan perjalanan halal, sejarah destinasi, atau tips wisata Islami, berperan sebagai sarana pendidikan yang memperkuat akal dan kesadaran wisatawan. Strategi ini memastikan bahwa promosi tidak hanya bersifat komersial, tetapi juga mengedukasi, sehingga wisatawan dapat membuat keputusan yang cerdas dan sesuai syariah.

d. Pemeliharaan keturunan (*Hifzh al-Nasl*)

Memelihara keturunan adalah upaya menjaga kesinambungan generasi

---

<sup>12</sup> Yayan Fauzi, "Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah ISSN : 2477-6157," *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM* 01, no. 03 (2015).

<sup>13</sup> Nurhajjah Zulfa et al., "Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam," *AB-JOICE : AL-BAHJAH JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS* 1, no. 2 (2023): 79–94, <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>.

manusia melalui perlindungan keluarga dan kelangsungan hidup<sup>14</sup>. Dalam strategi digital marketing hal ini terlihat dalam promosi digital yang menekankan keamanan dan kenyamanan untuk keluarga dan anak-anak. Strategi ini mencakup penyediaan informasi mengenai fasilitas ramah keluarga, destinasi yang aman bagi anak, dan lingkungan wisata yang mendukung nilai moral Islam.

Media sosial dan konten digital sering menampilkan aktivitas keluarga, wisata edukatif, dan paket wisata yang cocok untuk anak-anak, sehingga orang tua merasa aman membawa anak mereka. Pendekatan ini tidak hanya menjaga generasi muda dari paparan konten yang tidak sesuai syariah, tetapi juga membentuk pengalaman wisata yang mendukung nilai-nilai pendidikan dan moral keluarga Muslim. Dengan demikian, digital marketing berperan dalam memastikan keberlanjutan nilai-nilai syariah bagi generasi penerus.

e. Pemeliharaan harta benda (*Hifzh al-Mal*)

Memelihara harta berarti menjaga agar harta tetap terpelihara dan berkembang. Harta sangat penting untuk memenuhi kebutuhan duniawi serta menjalankan ibadah. Dalam strategi digital marketing hal ini dapat diwujudkan dengan memberikan informasi yang jelas mengenai harga paket wisata, metode pembayaran yang aman, dan penawaran yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, membuat pengelolaan keuangan wisatawan lebih aman dan terkontrol. Selain itu, strategi digital yang tepat sasaran meningkatkan pendapatan pelaku usaha pariwisata halal, mendukung ekonomi lokal, dan mendorong keberlanjutan bisnis. Efisiensi biaya promosi melalui digital marketing dibandingkan metode konvensional juga memungkinkan destinasi mengalokasikan anggaran lebih optimal untuk peningkatan layanan dan fasilitas halal.

---

<sup>14</sup> Trisno Wardy Putra et al., "Islamic Business and Finance (IBF), Vol 5, No 2, Oktober 2024 Produksi Dalam Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah," *Islamic Business and Finance (IBF)* 5, no. 2 (2024): 174–92.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan strategi digital marketing dalam promosi pariwisata halal terbukti menjadi langkah efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra destinasi wisata ramah Muslim. Melalui berbagai pendekatan seperti SEO, content marketing, social media marketing, email marketing, hingga influencer marketing, promosi pariwisata dapat dilakukan secara lebih efisien dan interaktif. Strategi ini memungkinkan penyampaian informasi yang akurat mengenai fasilitas ibadah, kuliner halal, serta layanan wisata sesuai syariah, sekaligus meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi. Selain itu, digital marketing juga memberikan peluang bagi pelaku industri untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui pendekatan yang personal, edukatif, dan transparan.

Dari perspektif maqashid syariah, penerapan strategi digital marketing dalam pariwisata halal tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada kemaslahatan umat. Setiap bentuk promosi diarahkan untuk menjaga lima tujuan utama syariah: agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Strategi pemasaran digital yang sesuai maqashid syariah memastikan bahwa kegiatan promosi tetap etis, tidak manipulatif, serta membawa manfaat sosial dan spiritual bagi masyarakat. Dengan demikian, integrasi nilai-nilai maqashid syariah dalam digital marketing mampu menciptakan keseimbangan antara kemajuan ekonomi dan keberkahan spiritual, menjadikan pariwisata halal di Indonesia lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Wiwik, Dinda Filzah Nasyanovariani, Marhusin Hana Maharani Fahimah', Hanif Hasan, Mochamad Ridwan Raden Dewi Widyani, and Muh Fahrudin Nurdin. *Strategi Digital Marketing: Teknologi, Media Sosial Dan Pemasaran*. Sumatera Barat: Azzia Karya Bersama, 2025.
- Ahyani, Hisam, Haris Maiza Putra, and Naeli Mutmainah. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Pengembangan Kawasan Industri Pariwisata Halal Di Jawa Barat" 4 (2022): 15–42.
- Amalia, Reva Rizki, Wahanani Mawasti, Prodi Pengembangan, Masyarakat Islam, Sekolah

- Tinggi, Ilmu Dakwah, Prodi Pengembangan, Masyarakat Islam, Sekolah Tinggi, and Ilmu Dakwah. "SOCIAL ENTERPRISE DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH : STUDI PADA PT KAMPUNG MARKETERINDO." *Realita*, 2021, 39–55.
- Chrismardani', Yustina, and Triana Setiyarini. *Strategi Digital Marketing Dengan Memaksimalkan Penggunaan Sosial Media Dalam Rangka Mendukung Pengembangan Desa Wisata Halal Madura*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022.
- Desa, D I, Gunung Bunder, and Kecamatan Pamijahan. "Pengenalan Manajemen Bisnis Syariah Melalui Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah" 1 (2021): 26–36.
- Fauzi, Yayan. "Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah ISSN : 2477-6157." *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM* 01, no. 03 (2015).
- Ferdiansyah, Hendry. "Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism." *Tornare* 2, no. 1 (2020): 30. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25831>.
- Mursyidah, Desta Sulaesih, Anang Martoyo, Wahyu Teja Kusuma, Ahsanun Naseh Khudori., M. Syauqi Haris, Risqy Siwi Pradini, Mochammad Ansheri, Siska Ernawati., and Fatimah. *Memahami Konsep Dan Strategi DIGITAL MARKETING*. Bandung: Widina Media Utama, 2025.
- Noor, Desvita Anggraini, and Michael Sitorus. "Peluang Dan Tantangan Administrasi" 2, no. March (2025).
- Putra, Trisno Wardy, Rika Dwi, Ayu Parmitasari, Idris Parakkasi, Universitas Islam, and Negeri Alauddin. "Islamic Business and Finance (IBF), Vol 5, No 2, Oktober 2024 Produksi Dalam Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah." *Islamic Business and Finance (IBF)* 5, no. 2 (2024): 174–92.
- Rauf, Abdul, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah P.S, Farah Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, Puji Muniarty, and Hamdan Firmansyah. *Digital Marketing*. Cirebon: Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati, 2021.
- Suarsa, Senny Handayani, Loso Judijanto, Kushariyadi, and Sepriano. *Pemasaran Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.
- Suhandi, Andi. "Strategi Fundraising Dan Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Pada Lembaga Filantropi Baznas Kabupaten Kuningan." *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2023): 44–55. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>.
- Sulistiani, Siska Lis. "Analisis Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia." *Law and Justice* 3, no. 2 (2019): 91–97. <https://doi.org/10.23917/laj.v3i2.7223>.
- Syariah, Wisata, and Sumatera Barat. "Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas" 26, no. 2 (2024): 282–94.

Wibowo, Teguh Setiawan. *Strategi Konten Marketing: Membuat Konten Yang Menarik Dan Relevan*. Sumatera Barat: Takaza Innovatix Labs, 2024.

Zulfa, Nurhajjah, Nila Nur Millah, Nuratin, and Kartika Novitasari. "Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam." *AB-JOICE : AL-BAHJAH JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS* 1, no. 2 (2023): 79–94. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>.